



网红,互联网时代新符号?

有蛙进门

□ 张正

□ 金晶 王丹

每一个网红的成长的路线都是不可复制的;没有正能量的,没有社会责任感的网红肯定会被抛弃——

对话人:

胡刚:中国互联网协会研究中心秘书长

石述思:知名时评人

张帅:“请出价”网红电商CEO

张斌:来疯直播运营总监

好运姐:网红主播



网红输出新文化价值

胡刚:网红字面上看,就是在网络上的红人,可以理解为在网络上具有一定知名度和影响力的人。网红之所以会出现,最主要的原因是现在技术环境已经达到了一定程度,宽带足够快、普通用户的终端足够快、容量足够大。技术基础已经完全能够支撑以图片形式、直播形式或是视频形式的沟通方式,这是最根本的原因。

石述思:随着一批让人想象不到的不靠颜值靠才华的网红的出现,网红正处在一个分水岭中。网红有三重关联吸引粉丝,第一重关联,网红卖商品,是利益关联;第二重关联是情感关联,有些人希望通过网红,获取感官的满足;第三重就是价值关联,不同群体由于不同的情感,不同的诉求关联,从而形成网红产业的分化。网红会从初期的感官向内容跨越,你需要创造好的内容,不断生产好的内容,让内容变成大IP,这是必然的趋势。

张斌:每一个网红的成长的路线都是不可复制的,他们在背后经历的成长过程中,付出的努力也是不一样的。我更重视的是网红的社交性,更重视的是去生产和共享人们喜欢的内容。其实网红的产生是一个必然,在社交圈、社交群聚集了大量人群以后,他的粉丝价值就会变得更大。同时会有更多人帮助他分享,扩散他个人在社会当中的影响力。

张帅:价值输出这一点对于网红来说很重要,不管是文字、图片或者是视频直播、录播的方法,都要能做出明确的价值输出,并在所有的粉丝的脑海中形成一个人格化标签。人们转发传播的本质,其实也是网红的价值输出。因此,我们考量一个网红的终极标准就是这个网红的人格

化标签。网红一定要做价值输出,如果你不做价值输出的话,你会快速地被淹没,因为大家记不住你。你做价值输出,有一个标签在,大家才能记住你。

文化价值可变现

张帅:作为一个行业从业者来看,“网红”自古到今都存在。以前有人可能靠写文章写得好而成为大家名人,就是今天的网红。在现有技术的基础上,通过个人的人格化魅力可以让他在网络中快速传播自己的观点或者是某种技能,也能成为网红。在技术的推动之下,你可以有效地知道你的粉丝有多少以及存在于哪里。加之现在的电商和视频传播的手段,可以快速让这些粉丝变成商业利益。用我们行业的话来说,就是粉丝愿意给网红贡献爱和忠诚,这个爱和忠诚可能通过购买商品来实现,也可能通过打赏的方法来实现,这就形成了一种经济行为。

胡刚:关于网红经济,除了广告代言型的变现方式,还有演出型,他们更多的是靠自己的才艺作为演出内容,通过粉丝赠送虚拟礼物来获得收益。第三种是两者之间的结合。不管是哪种变现方式,你要走得长远,就要有自己独特的创意,要有自己的文化底蕴。只要能够足以吸引人,具有你的独创性,并且具有相对好的成长空间,那就是好的。

石述思:网红经济是个复合型经济模式。所有网红经济都是从内容开始,颜值也是内容,只是颜值这个内容走不远,因为颜值可以改变,技术太发达了,去一趟韩国就能超过你,所以内容是第一。而内容先天的商业模式就是广告,所以Papi酱就是靠内容,门户模式而免除了广告;第二个就是社群模式,垂直精确,像周立

波、罗永浩他们走得就更远,牛的地方就在于,他们从一开始就不是媒体人思维,而是做的是商业。

张帅:网红的人格化标签和品牌调性结合起来之后,带来的结果就是高溢价。谁能满足我,我就愿意付出相对高的溢价,这个观念逐渐变得明显。一个最重要的例子就是很多“90后”对版权的重视,如果你和1993年以后出生的人说我买了个盗版,大多数人都会鄙视你。所以我们在做电商的时候,就是在做C2B电商,它是未来电商的主流模式。

胡刚:网红经济的发展意味着越来越多的人希望成为网红,这个现象会使网红的门槛越来越低。不同的是,各种文艺表演也好,宣传推广也好,参与的人会越来越多,范围会越来越广。网红经济最大的一个成本源,恐怕就是所谓的流量。那么随着发展,未来我们有可能反过来向基础电信运营商来讨价还价。我达到一定流量是不是应该给我打一打折?在这个基础上,利用通信费用的大幅度下降,反过来促进更多的人进入到这个行业,从而能提供更好的服务。同时,未来最有持续性的商品购买能力的中等收入者,他的消费需求怎么被激发出来,也带给了网红经济更多的发展空间。

南橘北枳的网红文化

张帅:网红加上经济两个字以后,就发生了翻天覆地的变化。我看到一个数据,从QQ浏览器的统计数据来看,在95后最向往的新兴职业排行榜上排名第一的职业是网红,占54%。我们觉得很有意思,看待网红这个问题南北有差距。在北方大家觉得网红是不是跟“三俗”有关系,但是在南方这个事情已经很棒了,我们在4月份的时候跟北京市

网信办一起做了一个录播平台的网红正能量宣言。作为这个行业从业者,我们有这个责任。

张斌:“来疯”作为一个直播媒体平台,我们有责任向全社会传递正能量的内容的。在选择网红上有很高的要求,这是我们平台的态度。我们相信通过高标准筛选高颜值或者是有才艺的主播群体,通过对我们直播内容的提升,一定能创造出在社会上引起广泛响应的优质内容。

张帅:没有正能量,没有社会责任感的网红肯定会被抛弃。因为所有的商业机构或者品牌,不愿意让这种负能量与社会阴暗面形象跟自己的品牌挂钩。在网红经济的产业链中,这些品牌是商业中最重要的参与者,他们非常看重自己品牌的形象。

胡刚:网红经济的受众更年轻化,但是年轻人会变老。他们会成为这个世界、这个社群的决策者。这种形态的新陈代谢意味着我们的文化也是多元的,也是层层迭代的,但总体趋势一定是螺旋上升的。所以对于我们未来文化的走向,无论是网红也好,或者其他基于信息网络产生的业态也好,都会呈现一个蓬勃向上、异彩纷呈的局面。我希望有一天中国能出现一大批网红,它能向全世界输出中国的正能量。



不请自来的青蛙为了躲避
闷热难熬的天气,给我带来夏
天独有的乐趣

早晨,在院中不锈钢大圆盆里,竟发现一只长寸许、灰褐色的青蛙。看见我,它惊恐地沿着盆边游来游去,把半盆水激出圈圈涟漪。它标准的“蛙泳”姿势,极具观赏性,那种美姿,不逊于奥运会上任何一位游泳、跳水健将。

我看它,它也瞪着绿豆样的圆眼睛看我。我没有伤害它之心,它却有防备我之意。我们之间还缺少沟通。那就先让我猜想它的来历吧。

夏秋之交,天气酷热难熬,又好多天没有下一场像模像样的雨了。一定是一时渴极了,它们栖息在绿化带里,夜晚要唱那么多的歌,或是要发表那么多鸿篇大论,喝一两口水解解渴总是需要的。在这样的现代小区,下水道全埋在地底下,到哪里能立即找到水大快朵颐呢?只有到我家院子里了。

院子里的不锈钢大圆盆,是老母亲平常放在水龙头下面,接水洗菜、洗衣服的,盆里正常蓄着一大半或一小半的水。我想,一定是这只青蛙渴不择水,一头跳进圆盆里了。这又带来一系列问题。

它在盆外,是怎么发现盆里有水的呢?圆盆的高度,与青蛙的身高相比,无异于6层的高楼相对于人,那么个铜墙铁壁横在面前,里面的情况它是如何知道的?或许,青蛙之于水,天生就有一种敏感、心灵感应。就像一个擅长垂钓的人,知道什么样的水底躲藏着鱼。

它是如何从盆外,跳到盆里的呢?跳进去又为什么出不来呢?我只能这样理解了:青蛙的弹跳力一向是超强的,从盆外跳到盆内,是在硬质地面上起跳,利于发挥;进了盆,浮在水面,盆壁又光滑无比,它无处着力后蹬,自然没有跳出去的本领了。绝不像钻进蚊帐,又出不来的蚊子,从缝眼钻进去时,蚊子饿得身材瘦小,等到吃饱喝足,肚子里段肠的血胀得晶莹剔透,再也不能原路逃出。青蛙不是这样的,青蛙只是想喝一点它需要的水,润润喉咙,没有蚊子这么贪心。

就这样,我推想着这只青蛙的来龙去脉,算是与它有了基本的交流。

我拍了一段小视频,发在微信朋友圈里。我写下这样一句有趣的话:“天干气燥,青蛙乱跳。跳到我家,是何征兆?”

不承想,很快,引来朋友点赞、评论无数,最意味的评论,是这样一句:“蛙(娃)进家,喜临门。恭喜你响应国家政策,生养二胎了!”

蛙,娃,真是天衣无缝的谐音。如果家里有备孕的女人,还真是吉兆。

我又犯了难:是继续留这只青蛙在我家做客,让它无饥渴之忧,却失去自由,还是给它自由,让它有饥渴之忧呢?有蛙进门,还真如同有“娃”进门,原来也是一件小小烦心事。



子长,红色的骄傲

□ 雷婷

子长人干脆直白地向人们传递着
黄土高原原始朴实的感情,他们有最
美丽的乡情,生长着最红色的骄傲



子长唢呐

雷婷摄

丹一起创建了西北革命根据地,是陕北红军和苏区主要创建人。谢子长不仅自己献身革命,还教育和带动全家投身革命,成为一个革命的家庭。他家中先后有11人参加革命,在1932年至1936年短短3年多时间里,就有8人为革命牺牲。

虽然身居高职,但谢子长不顾个人安危,前往一线指挥作战,多次负伤。在一次战斗中他胸部中弹,伤情恶化,于1935年2月21

日在安定县灯盏湾逝世。谢子长牺牲后,毛主席先后数次为他题词,称赞他是“民族英雄”“虽死犹荣”,并亲笔为谢子长墓撰写了碑文。正是谢子长忠于党和革命,坚持不懈的奋斗和牺牲,让陕北红军像山丹丹花一样在陕北贫瘠的土地扎下了根,为后来陕北成为中国革命的中心打下了坚实的基础。

“山丹丹的那个开花哟红艳艳,咱们中央红军到陕北……”在瓦窑堡革命旧址纪念馆,一边听讲解员对那段革命历史的讲述,一边抚摸着屋内破旧的小方桌、煤油灯、茶壶和茶杯、老式的电话机……我恍然间就回到了那段红色的岁月。1935年,日本帝国主义加紧侵略华北,全国人民抗日民主运动的浪潮日益高涨。民族存亡危难之际,中国共产党人以极大的政治勇气和宽阔胸襟,高举抗日救亡的大旗。1935年12月17日至25日,中共中央政治局就是在这个五孔砖窑的院子里召开了瓦窑堡会议,毛泽东作了《论反对日本帝国主义的策略》报告,会议制定了抗日民族统一战线策略,对促进抗日民族统一战线线的形成,迎接抗日新高潮的到来做了政治上和理论上的准备。

山花烂漫多惊艳

去年我曾采访过70多岁的老艺术家负恩凤,上世纪70年代初,她将《山丹丹开花红艳艳》这首歌,唱遍了大江南北,惊艳了全中

国。这一次的子长采风,子长仿佛老艺术家的歌声般,处处惊艳着我。

道情是由古代道士念经、演唱、诵咏道教中的情理而得名的一种艺术表现形式,产生于唐代,最早是道教观内咏唱的“经韵”,文体为诗赞体。后来吸收了词调、曲牌,演变成民间布道时演唱的“新经韵”,陕北道情作为陕北地区传统戏曲剧种之一,原名“清涧道情”,后因“陇东道情”和山西“神池道情”流入陕北,不断融合发展。现在每到节庆,村与村的道情、秧歌班子还要进行下帖和还帖式的相互邀请演出活动。

在龙虎山上,一出陕北道情《王老婆迎亲》让观众们忍俊不禁。男扮女装的王老婆涂着红脸蛋儿,穿着花衣裳,骑着小黑驴,欢欢喜喜的去帮人迎亲,可王老婆打扮得太“时髦”,比新娘子还要艳。哎呀!送嫁的可就不乐意了,不要王老婆迎亲啦!爱热闹的王老婆也不乐意了,坐在地上一把鼻涕一把泪不起来啦……围观的大伙各个捧腹大笑,一阵阵的掌声,气氛比春晚还热闹,听不懂陕北唱腔的我们在老乡的讲解下,送给了“王老婆”有点延迟却更热烈的笑声。

这边滑稽但可爱的王老婆刚退场,那一边空地上,“陕北说书达人”贺连善也开始哇呀呀上来了。陕北说书是说唱结合,以唱为主。“噢!扑出来一股风,刮得飞沙走石眼难睁,刮得大黄风小,叫驴风,就地扭的鬼圈风,喀林喀啦刮的山鸡风,嘿里嘿里刮的母猪风,哧哧哧的哧牛子风,沟里进来是遭

沟风。大山刮得没了顶,小山刮得平又平。刮得大树拔起根,小树一刮影无踪。刮得磨盘咣咣撞烧饼……”贺连善通过口技不断发出陕北刮大风时出现的各种怪音,脸上演绎着男女老少在大风来袭时的各种表现,把处于艳阳天里的现场观众都带到了“大风”里。

到了晚上,一场唢呐晚会又把天南海北的记者给惊艳了一回,唢呐原本那尖细的高音在子长人的手里成了独一份的“长枪大炮”,杆长碗大,低音浑厚,高音挺拔。合着广场上几千老乡的热情,黄土高原充斥着粗犷豪放。

广场舞台上,“长枪短炮”演奏着精彩的丰富曲调,欢快时让人热情洋溢,悲凉时让人伤感不已。子长人用唢呐干脆直白地传递出黄土高原原始而朴实的感情,他们有最美丽的乡情,生长着最红色的骄傲。

子长的唢呐,已经从偏僻的陕北高原,走向大江南北,成了陕北延安一张响当当的名片。唢呐艺人焦养亮编导的《红军出征》,以《工农武装》这首脍炙人口的民歌为主旋律,穿插了《大摆队》《将军令》等传统唢呐曲,唢呐响起时,恍如军号齐鸣。2009年,《红军出征》随中国军乐队代表团参加过英国爱丁堡音乐节,12支唢呐伴与威风锣鼓的组合在长号圆号齐备的西洋乐队面前也毫不逊色。2011年,子长唢呐又远赴俄罗斯参加莫斯科国际军乐节的表演。2013年,子长唢呐表演登上国家大剧院舞台;2014年春节,子长唢呐亮相中央电视台直播……

中国有2800多个县级政府,以人的名字命名的,只有20多个,陕北的子长县是其中之一。

都说子长县的山丹丹花开得非常美,艳名在外。亲眼看到时,发现它的花不大,株植也不过十几厘米高。但绒绒般的六瓣红色花朵在黄色土壤的映衬下,像一颗颗红色小太阳,彰显着这片土地上的红色骄傲。

红都岁月赞英雄

毛泽东主席曾说过:“没有陕北,那就不得下地。我说陕北是两点,一个是落脚点,一个是出发点。”落脚点指长征,出发点指抗战,这两个点,都在子长县。

子长县地处陕西省北部千沟万壑的黄土高原。子长县原名安定县,为纪念陕北红色根据地的主要创始人谢子长,陕甘宁边区政府于1942年将安定县改名为子长县。

谢子长出生于1897年,西北革命根据地和西北工农红军主要创始人之一,他和刘志